

PROYECTO-LANZADERA DE ARTISTAS EMERGENTES EN LA CIUDAD DE ZARAGOZA

TRABAJO FIN DE MÁSTER



DIRECTORA:
PRA. DRA. CARMEN MORTE

CO-DIRECTORA:
LCDA. TERESA LUESMA



JESÚS MURILLO LIGORRED

MÁSTER OFICIAL EN GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
CURSO 2012-2013

NOVIEMBRE DE 2013



AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer a todas aquellas personas que han apoyado la creación de este proyecto, así como el ánimo infundido en el que escribe estas líneas. Entre esas personas están mis padres, mi hermano Víctor y compañeros de Máster que se han preocupado por mí como Paula Turrión.

Por supuesto en este apartado se encuentra la directora de este trabajo, sin la cual no hubiese sido posible, la profesora doctora Doña Carmen Morte García, y también la Licenciada Doña Teresa Luesma quien me asesoró sobre las directrices a seguir en este trabajo.

Así mismo agradezco en estas líneas a la Galería de Arte San Cayetano 3, Espacio Creativo por ceder su centro para el desarrollo de su proyecto.

Jesús Murillo Ligorred

ÍNDICE

1.	Resumen.....	4
2.	Introducción.....	5
	2.1 Justificación del tema elegido.....	6
	2.2 Objetivos.....	7
	2.3 Metodología.....	8
	2.4 Análisis DAFO.....	9
	2.5 La legislación.....	10
	2.6 Estado de la cuestión desde los años 70.....	11
	2.6.1 Precedentes de la propuesta en España desde los años 70-90: Cuatro ejemplos concretos.	11
	2.6.2 Precedentes en Zaragoza desde los años 70 a los 90.....	11
3.	Modelo de gestión del proyecto lanzadera de Jóvenes Artistas.....	12
	3.1 Presupuesto.....	13
	3.1.2 Plan de ventas.....	13
	3.1.3 Plan de gastos.....	14
	3.2 Recursos humanos y materiales.....	15
	3.3 Descuentos en la adquisición de obra.....	16
	3.4 La sede del proyecto.....	17
	3.5 Expansión del proyecto.....	18
	3.6 Catalogación.....	19
4.	Modelo de difusión del proyecto lanzadera de Jóvenes Artistas.....	20
	4.1 Posicionamiento social y difusión.....	20
	4.2 Temporalización.....	21
5.	Conclusiones.....	22
6.	Bibliografía.....	23
7.	Índice de anexos.....	24
8.	Anexos.....	25

1. RESUMEN

Actualmente en la ciudad de Zaragoza el número de galerías de arte se ha reducido considerablemente por la crisis económica o por jubilaciones sin relevo generacional. Todos estos espacios tuvieron artistas jóvenes que en la actualidad son grandes maestros, como es el caso de Broto, Viola, Cerdá o Arrudi.

Las principales galerías que desarrollaron estos programas de Jóvenes Artistas como Pepe Rebollo o Miguel Marcos, actualmente están cerradas o en otras ciudades. Fueron algunos de los ejemplos que trataron de incentivar el coleccionismo en Zaragoza.

El Proyecto Lanzadera de Artistas Emergentes en la ciudad de Zaragoza es un programa que se desarrollará dentro de la galería San Cayetano 3 de esta ciudad con referentes en este tipo de gestión pero con elementos innovadores.

Este proyecto agrupa a Jóvenes Artistas y a profesionales que no han tenido acceso al mercado del arte, por lo que la misión es la puesta en valor de los jóvenes creadores y la apertura al mundo del coleccionismo.

ABSTRACT

Currently in the city of Zaragoza the number of art galleries has been greatly reduced by the economic crisis or no generational retirement. All these spaces were young artists today are great teachers, as in the case of Broto, Viola, or Arrudi and Cerdá.

The main galleries who developed these programs of Young Artists as Pepe Rebollo or Miguel Marcos currently are closed or in other cities. They were some of the examples I tried to encourage collecting in Zaragoza.

The Emerging Artists Shuttle Project in the city of Zaragoza is a program that will develop within the San Cayetano gallery 3 of the city with regard to this type of management but with innovative elements.

This project brings together young artists and professionals who have not had access to the art market, so that the mission is the enhancement of young artists and openness to the world of collecting.

2. INTRODUCCIÓN

Los últimos meses han sido duros en cuanto a la elaboración de este proyecto que es complejo por los tiempos de crisis que actualmente están en vigor. Este proyecto que por fin se ha materializado en las líneas que a continuación describiremos, puedo decir que está abierto a interpretaciones dado que hasta que el proceso de venta de la obra no se haga efectivo, no sabremos la verdadera repercusión de esta idea que sería interesante desarrollar en un futuro inmediato. Es un proyecto complejo dado que hay que estudiar las variantes de los últimos cuarenta años aproximadamente y sobre todo de los últimos treinta. El contexto actual ha cambiado notablemente desde los años 80¹ dado que en esa década eran catástrofes, guerras o escándalos políticos los que imperaban en el panorama cultural. Es por tanto que el mercado artístico sufrió una escasa actividad. Esto cambió en los años 90 cuando se asiste a un proceso de mercantilización² del arte a través de un mayor volumen económico, alta calidad de las ofertas o descenso de cotización de pinturas antiguas. En la primera década de los 2000 cambió por el despliegue económico producido por la burbuja inmobiliaria. Instituciones públicas y privadas compraban gran cantidad de obras generando un gran mercado que en la actualidad se ha estancado hasta el punto en el que las galerías cierran día a día en nuestras ciudades.

Al margen de las grandes transacciones llevadas a cabo en los finales de los años 90 y en la primera década de los 2000, este proyecto va a tratar de realizar una propuesta como es la de conseguir financiación privada a través de pequeñas aportaciones para apoyar a los Jóvenes Artistas³ de la ciudad de Zaragoza para que expongan y obtengan un catálogo de sus obras en una galería de reciente creación en dicha ciudad, San Cayetano 3 Espacio Creativo quien ha decidido ceder su espacio para la realización y consolidación de esta idea. Se pretende que estos Jóvenes Artistas y los profesionales puedan acceder al mercado del arte a pesar de la lentitud de la futura Ley de Mecenazgo (Ver anexo 13) y del caso omiso que hacen las autoridades por reformar la Ley de Propiedad Intelectual (Anx.17-18) y que avisan los profesionales del arte.

¹ PORTÚS, Javier. *Mercado del Arte y Coleccionismo en España (1980-1995)*. Cuadernos ICO, Madrid, 1995. pp. 16-18

² Véase la descripción de ARMAÑANZAS, Emy. *El color del dinero. El boom de las subastas de arte, acontecimiento cultural en prensa*. Rekalde, Bilbao, 1993.

³ Se ha tomado como premisa la edad de 35 años dado que algunos premios de pintura así lo estipulan. En otros como el premio BMW la edad de Joven Artista es 18 años, pero en otros certámenes es 35, por lo que preferimos esta edad con el fin de ampliar el número de artistas que estén interesados en participar en el proyecto.

2.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO: favorecer el coleccionismo

En un presente complicado y con unas expectativas de futuro no mucho mejores, en el mundo del arte los menos conocidos los que más dificultades tienen para vender sus obras. Por ello desde este proyecto se pretende crear una plataforma que de publicidad a nuevas promesas de la pintura, fotografía y escultura principalmente aunque se tendrá en cuenta la instalación o el videoarte, dado que el avance de la cultura moderna⁴ ha venido acompañado de un amplio abanico de recursos visuales. Es por ello que además de promocionar a nuestros artistas, este proyecto tratará en este apartado de centrarse en la catalogación de las obras expuesta, algo cada vez menos frecuente a raíz de la escasez de fondos para ello. En los últimos años, importantes instituciones públicas han retirado el apoyo a artistas jóvenes que están en emergiendo. Este proyecto tratará de acercarse a un sector que se encuentra en crisis: Cada día cierran más galerías de arte y centros de exposiciones a causa de los paupérrimos ingresos. Tras años aguantando el azote de la crisis, muchos galeristas han tenido que echar el cierre dejando a multitud de jóvenes sin posibilidad de exhibir y vender sus obras, y tampoco sin opción de catalogar una obra que permita una mayor difusión.

Se pretende consolidar un colectivo de artistas que ayuden a sufragar los gastos del propio espacio expositivo. Se establece por tanto una especie de “corporativismo” o “cooperativismo” por parte de los artistas a través del pago de una cuota mensual a favor del centro de exposiciones. Actualmente salvo artistas importantes de la tierra como José María Martínez Tendero, Domingo Sanz Azcona o Fernando Sinaga, son muy pocos los afortunados que tienen posibilidad de tener obras catalogadas. Gracias a este mercado nos acercarnos al mundo del coleccionismo, el cual es un mercado emergente en muchos casos dado que el este personaje adquiere obra de artistas prestigiosos, pero también está la figura del coleccionista que se fija en el artista menos conocido o que es independiente⁵ pero que tiene muy presente lo artístico⁶. Además favoreceremos el coleccionismo pero protegiendo el derecho de autor⁷ de nuestros artistas

⁴ LORÍA, Vivianne. “La pobreza del arte”. Revista Internacional de Arte Lápiz, número 259/260. Año 2010. pp.77

⁵ Basado en BÜRGER, PETER. *Teoría de la Vanguardia*, Ediciones Península, Barcelona, 1987. p.87-88.

⁶ Como ya lo hiciera la nobleza española en el siglo XVII. MORAN, Miguel y CHECA, Manuel. *El coleccionismo en España*. Ediciones Cátedra, Madrid, 1985. pp. 183-184

⁷ Artículo 14 de la ley 1/1996 de 12 de abril de propiedad intelectual al que no le han afectado las modificaciones del 2006, ni del 2007.

2.2 OBJETIVOS

El objetivo principal de nuestro proyecto es dar promoción y difundir el arte joven aragonés, a través de la exhibición de la obra en la galería y por supuesto a través de la catalogación de la misma que tenga una especial sensibilidad y que merezca ser registrada. La misión es en un futuro inmediato realizar una cartera de artistas que ayuden a sufragar los gastos del propio espacio expositivo, creando por tanto una especie de “corporativismo” o “cooperativismo” por parte de los artistas a través del pago de una cuota mensual a favor del centro de exposiciones. Se pretende favorecer además una venta más directa entre artista y coleccionista. Actualmente salvo artistas importantes de la tierra como Mariló Azcárate, Lázaro Vela o Conchita Bardají (aunque afincada en Pamplona), son muy pocos los afortunados que tienen posibilidad de tener obras catalogadas.

En este proyecto tratará de favorecer a todo aquel Joven Artista que esté interesado. La propia Galería será el generador de la exhibición de obras, catalogación continua de piezas llegando a crear un importante fondo bibliográfico de aquellos personajes que hayan pasado por la galería. Esta catalogación continua de piezas se llevará junto a la gestión de la propia galería, con el objetivo de la difusión de la misma y de sus artistas teniendo como misión esa “internacionalización”⁸ “de todo el espectro artístico. La galería pretende posicionarse dentro de un circuito artístico desligado hace décadas de la ciudad de Zaragoza y la mejor manera es promocionando a los artistas de la disciplina que sea, teniendo como elementos centrales pintura, escultura y fotografía. Es un proyecto humilde que implica los menos gastos posibles y que puede favorecer no sólo a Jóvenes Artistas, sino a profesionales que llevan años sin poder acceder al mercado del arte.

⁸ CLAASEN, Marek. ¿Cómo funciona el mercado del arte?. Recurso web muy útil sobre los mecanismos que rigen el complicado mercado del arte.

2.3 METODOLOGÍA

Es importante realizar una labor previa de investigación antes de llevar a cabo el proyecto que queremos realizar. Para ello las obras sobre la gestión del arte, el mercado, el coleccionismo o de la promoción cultural son algunas de las fuentes que deberemos usar para configurar nuestro proyecto. Por otro lado son los catálogos realizados por los galeristas son los que nos pondrán al corriente sobre la evolución de las galerías de arte en la ciudad de Zaragoza.

Dentro de la fase de documentación previa, está la de visitar las diferentes galerías de la ciudad para conocer sus tendencias. Es por ello que deberemos poseer un amplio conocimiento sobre la realidad que está viviendo cada una de ellas. Las que teníamos como mayor referencia en la ciudad y con ello nos referimos a Pepe Rebollo o Miguel Marcos están cerradas, pero podemos aprender de sus experiencias. Sobre todo podemos conocer exposiciones de los Jóvenes Artistas Emergentes en los años 70 y 80 gracias a la actuación de los galeristas ya nombrados.

Actualmente, el que describe el proyecto colabora con la galería San Cayetano 3 Espacio Creativo, por lo que he podido conocer de primera mano qué espacios son los que están abiertos y cuales cerrados. A pesar de ello, para elaborar el proyecto hemos debido tomar como referencia bibliografía sobre la gestión del patrimonio cultural y al menos, tener unas ciertas nociones sobre la legislación y la fiscalidad que soportan las galerías de arte.

El trabajo de este proyecto se va a realizar en una ciudad que tiene una situación idónea puesto que está comunicada con las principales urbes de España como Barcelona, Madrid o Bilbao. Además, deberemos aprovechar el tirón de la EXPO 2008 por lo que la difusión del programa será muy importante.

El Proyecto Lanzadera se va a desarrollar en una zona importante como es el Casco Histórico de la Ciudad por lo que es importante conocer las opiniones de los comerciantes vecinos para saber qué tipo de público frecuenta la zona, cuáles son sus inquietudes y cuál es la afluencia del mismo.

2.4 ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Grave crisis económica actual -Escasez de recursos para cuotas -Ausencia de ayudas públicas -Mercado reducido -Poco interés para el público general -Falta de comunicación y difusión -Escasez de nuevas ideas 	<ul style="list-style-type: none"> -Es un proyecto participativo -Se puede apoyar a nuevos talentos -Puede dar a conocer a jóvenes talentos -Existencia de múltiples disciplinas -Promueve el desarrollo del arte -Conocemos antiguas experiencias -El proyecto podrá mejorar
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Un público desinteresado -Inversores con pocos recursos -Escasez de nuevos talentos -Falta de apoyos en general -No hay una tradición consolidada -IVA muy elevado para el arte -No está de moda actualmente 	<ul style="list-style-type: none"> -Hay clientes potenciales -Se incentiva la creación artística -Algunas entidades pueden interesarse -Los jóvenes artistas están interesados -La Galería puede crecer -Difundir el arte a las masas -Da vida al Casco Histórico



2.5 LA LEGISLACIÓN

Para realizar nuestro proyecto es imprescindible tener conocimientos legislación y jurisdicción. Las fuentes jurídicas del mercado de arte se encuentra en tres ramas del Derecho: Derecho administrativo que regula la defensa del patrimonio cultural: el derecho mercantil, que incluye la regulación de la propiedad intelectual, industrial y moral de los artistas, y, por último, el Derecho tributario, que regula sus aspectos fiscales. El profesor Peñuelas⁹ analiza la obra de arte a través de estos ordenamientos para conseguir una definición acertada de obra de arte.

Derecho administrativo: El art. 1.2 de la Ley de Patrimonio Histórico Español 16/1985, no realiza una definición de lo que se entiende como “arte”, sino que afirma que forman parte del PHER los bienes que poseen “*interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o étnico*”, por lo no los bienes de interés cultural no son necesariamente obras de arte.

Derecho mercantil: Tampoco se encuentra una definición oficial de lo que se debe entender como “objeto de arte”. El art. 10 de La Ley de Propiedad Intelectual, LIP, establece como objeto de la Ley un listado abierto, de posibles bienes que se encuadrarían dentro de esta categoría sin llegar a definirlos tampoco: libros, esculturas, pinturas, fotografías,...etc.

Derecho tributario: Las normas que establecen prestaciones patrimoniales suelen ser más claras en el momento de definir el objeto sobre el que recae el impuesto. Es en el ámbito de importación y exportación de obras de arte dónde surgen históricamente más dudas sobre qué bienes recae una tipo impositivo u otro.

Además deberemos tener en cuenta el Código Deontológico¹⁰ del Instituto de Arte Contemporáneo que habla de los tres principales perfiles: Artista, Galerista y Coleccionista privado. En este código se citan las condiciones y recomendaciones para realizar una buena práctica del mercado del arte.

⁹ Véase PEÑUELAS Y REIXARCH LLUÍS. *Valor de Mercado y Obras de Arte: análisis fiscal e interdisciplinario*. Madrid; Marcial Pons, 2005.

¹⁰ Véase el desglose de este Código en Anexos.

2.6 ESTADO DE LA CUESTIÓN DESDE LOS AÑOS 70

En este apartado se muestran algunos ejemplos de estos galeristas que por causas de la crisis o por jubilación no desarrollan su actividad en la actualidad pero que han contribuido al desarrollo del coleccionismo, la inversión y a la promoción de jóvenes artistas tanto en Zaragoza como en el resto de la geografía española.

2.6.1 Precedentes de la propuesta en España desde los años 70-90:

Destacan ciudades como Bilbao, Barcelona o Madrid en el coleccionismo dado que servían como lanzadera de jóvenes artistas. Los ejemplos escogidos en este apartado no tienen que ver con las grandes metrópolis, sino que son ejemplos de modelo de gestión concretos como es el caso de la Galería Adora Calvo en Salamanca quien lanzó al panorama internacional al charro Hugo Alonso en la primera década de los 2000; la galería K-Katoño perteneciente al Hotel Silken Indautxu de Bilbao; la galería Espacio 36 de Zamora; la galería Dalmau en Barcelona. En este tipo de galerías el artista puede exhibir su obra durante un mes completo por un precio fijado o a cambio de obra y unas comisiones de venta que rondan del 40% al 50% en algunos casos.

2.6.2 Precedentes en Zaragoza desde los años 70 a los 90:

En la ciudad de Zaragoza¹¹ ha habido ejemplos claros de estos programas de artistas emergentes como en las galerías de Miguel Marcos, Pepe Rebollo o Navarro. Destaca el caso del primero quien apostó fuerte por el coleccionismo e introduciendo en este mundo al cantante Manolo Escobar, convirtiéndose en uno de los grandes coleccionistas de España. En los años 70 será Pepe Rebollo un claro impulsor de este tipo de arte entremezclando a los artistas consolidados con los todavía por descubrir desde sus inicios en la galería Atenas, hasta la que conocimos con su nombre hasta el cierre. A pesar de su potencial, las galerías de Miguel Marcos y Pepe Rebollo actualmente están cerradas. Otro ejemplo aunque un poco anterior, en 1968, es el de la galería Navarro quien apostó por una exposición con Miguel Ángel Arrudi, Broto o Pepe Cerdá.

¹¹ PÉREZ-LIZANO Forn, Manuel. Conferencia que imparte en Universidad de Zaragoza, en el Máster Oficial de Gestión de Patrimonio Cultural, curso 2012-2013. (Extracto de toda ponencia). Actualmente es presidente de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte o AACA y miembro de la AECA y de AICA.

3. MODELO DE GESTIÓN DEL PROYECTO LANZADERA DE JÓVENES ARTISTAS

Es complicada la elección pero si tenemos en cuenta los problemas que tiene la administración pública sobre todo por la concesión de ayudas a la cultura o la lentitud en las gestiones, me inclinaría por pensar que la opción más viable sería el modelo de gestión privada. Aportaciones e instituciones privadas, pequeñas colaboraciones de *crowdfunding*, y las cuotas de los artistas de la galería serán los que permitan la gestión de este proyecto. Por otro lado las ayudas a las galerías en los últimos ejercicios han sido nulas por lo que la gestión privada es la más propicia a pesar de ser la más arriesgada porque parte de que los fondos invertidos serán personales.

La política puede influir en el desarrollo de la actividad de la cultura, pudiendo ejecutar recortes presupuestarios, pero tal y como ya he comentado los recortes en subvenciones ya se han producido. El debate actual se centra en una futura Ley de Mecenazgo¹² en la que el Gobierno de España financiará proyectos que fomenten la participación y formación de jóvenes en las artes o en la música como es el caso de las orquestas sinfónicas las cuales dependen en un 80% de la financiación pública. La propia situación me da la razón en que un organismo dependiente de la administración pública a día de hoy es totalmente poco rentable además de trabajar con una mayor autonomía, sobre todo en cuanto a la difusión a través de Internet o los medios escritos como los periódicos. El modelo de gestión privada, aunque más arriesgado, ofrece como menciono una mayor autogestión. El riesgo es necesario correrlo pero la rapidez en cualquier trámite permite que la gestión privada de un centro realice transacciones y gestiones con la celeridad necesaria sin la obligación de pasar por las subastas o concursos públicos.

Debemos conocer eso sí previamente la normativa que rige a los centros culturales y cómo podemos hacer frente a futuras contrataciones, así como a despidos y otro tipo de circunstancias¹³. Para evitar los menos imprevistos, la gestión deberá ser lo más planificada¹⁴ posible y siempre acompañada de contratos de seguros como la cobertura que ofrece la póliza “Clavo a Clavo”¹⁵ en transporte o protección en una galería. Junto a esta financiación, será necesario realizar contratos entre la galería y el artista que participe en el proyecto (Ver en anexos ejemplo de contrato entre comisario y artista).

¹² L.R.C. “Habrà Ley de Mecenazgo”, en *La Razón Cultura*. 15/11/2012

¹³ COLOMBRES, Adolfo. *Manual del promotor cultural*. Ediciones Colihue, Buenos Aires, 1997. pp.137-139.

¹⁴ ANDER Egg, Ezequiel. *La práctica de la animación socio-cultural y el léxico de animador*. Pontificia Universidad Católica de Perú, Fondo Editorial, Perú, 2002. pp.77-79

¹⁵ Ver desglose de la cobertura “Clavo a Clavo” en Anexos.

3.1 PRESUPUESTO

3.1.1 Plan de ventas

Puesto que este proyecto se basa en un modelo de gestión privada la financiación correría a cargo de los siguientes entes o instituciones:

- La galería ya tiene constituida una Sociedad Limitada por lo que tan solo el gestor debería adherirse a la sociedad.
- Cobro de una cuota mensual de 60 euros a los artistas que pertenezcan a la galería o bien cobrar 200 euros por derechos de exposición a aquellos que no sean miembros de la galería, como los Jóvenes Artistas¹⁶.
- Cobro de porcentaje por venta de obra, rondando aproximadamente el 30 por ciento de la obra, en beneficio de la galería, quedando el 80 por ciento restante para el artista.
- En este apartado de financiación no menciono el apoyo de DPZ o DGA puesto que las ayudas a las galerías han desaparecido en los últimos años con la emergencia de la crisis. Mucho menos cuenta este proyecto con el apoyo del Ministerio de Cultura.
- Venta de elementos de *merchandising* que ponga en marcha la propia galería tales como pines, postales con obras de sus artistas, reproducciones,...etc.
- Crowdfunding*¹⁷: Sistema de financiación en masa. Mediante aportaciones se desarrollan grandes proyectos tal y como nos explica la Asociación Española de Crowdfunding. Va a ser nuestro pilar económico el cual está muy implantado en EE.UU dado lugar a proyectos como gafas Panda o fundas para Iphone con abrebotellas y de gran éxito en América del Norte.
- Apoyo de instituciones privadas¹⁸ sí en este caso, como CAI, IberCaja, Caja Burgos o todo aquel que desee participar en el proyecto. Aunque se detallará en los anexos, el proyecto cuenta con una partida mensual de 2030 euros, proveniente de pequeños ingresos de instituciones bancarias u hosteleras, teniendo un presupuesto aproximado de 24.360 euros anuales.

Cuotas de artistas y porcentaje de obras	350€
<i>Crowdfunding</i>	1000€
Instituciones privadas y hosteleros	500€
	1850€ / mes

¹⁶ En caso de haber buena financiación, el catálogo y la exposición sería gratuita para el Joven Artista.

¹⁷ Ver anexo con especificaciones sobre el *crowdfunding*.

¹⁸ Como es el caso de las ayudas a Artistas Plásticos y Colectivos Artísticos que concede Caja Burgos como la pasada edición del año 2012.

3.1.2 Plan de gastos

En este apartado mencionaremos los elementos que van a generar gastos en nuestro proyecto:

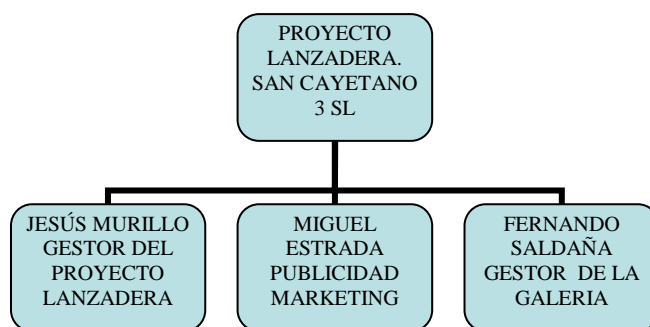
- Cuota de seguridad social del gestor que estará en torno a los 200€ por ser menos de 30 años.
- Producción de *merchansidsing*: pins, chapas, postales y otros elementos.
- Carteles para anunciar las inauguraciones y exposiciones por los establecimientos de la zona.
- Folletos de mano e informativos sobre la labor del proyecto.
- Catálogos mensuales de la obra de los artistas.
- Gastos de asesoría o gestoría del proyecto.
- Vino español en inauguración.

Cuota seguridad social gestor proyecto	175 €
Producción <i>merchansiding</i>	10€
Catálogos mensuales de la obra	400€
Gastos de asesoría o gestoría del proyecto	90€
Folletos de mano y carteles	25€
Vino español en inauguración	80€
	805 €/mes

3.2 RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES

La galería tiene en la actualidad una Sociedad Limitada por lo que el redactor de este proyecto solo debería ser adherido a esa sociedad, dado que es autónomo y tan solo sería necesario darse de alta en el epígrafe correcto en el I.A.E., no suponiendo por tanto gastos adicionales a ninguna de las partes. El modelo como ya he dicho es privado y por lo tanto la selección de personal será reducida y la indispensable. Mi propuesta es que la galería no supere los tres socios y ellos mismos serían los gestores del propio espacio lo que reduciría considerablemente los gastos de personal, dado que con las cuotas de seguridad social de autónomos de los integrantes del equipo evitarán gastos. En cualquier caso sería necesario que los socios que la compusiesen dispusieran de al menos alguna de las titulaciones que voy a mencionar:

- Licenciado en Bellas Artes, Historia del Arte o en su defecto, Historia.
- Titulado en Máster de Gestión de Patrimonio Cultural.
- Informático con conocimientos de *marketing* con el objetivo de difundir las propuestas de la galería.
- Asesoramiento por parte de gestoría que conozca bien la fiscalidad.



Conocimiento sobre el arte y su mercado, gestionarlo y su difusión son los tres pilares que caracterizarán al personal que debe regir la galería. Este proyecto cuenta con un titulado en Gestión de Patrimonio Cultural que sería el que describe el proyecto y el conocedor del marketing es uno de los actuales socios de la Galería San Cayetano 3 Espacio Creativo, quedando el actual tercer integrante como gestor del espacio. Es por ello que el gasto se reduciría constantemente dado que la Galería cede el espacio para el desarrollo del proyecto a cambio de nuevos talentos del mundo del arte, y son los propios integrantes de este grupo de gestión del espacio quienes se costean sus propias cuotas de seguridad social.

3.3 DESCUENTOS EN LA ADQUISICIÓN DE OBRA

Por supuesto que es imprescindible una cartera de inversores: llamémoslos empresas, instituciones, coleccionistas,...etc. Tanto ellos como cualquier particular podrían acceder a importantes descuentos por la compra semestral de una obra y todavía más facilidades por la compra cuatrimestral de una obra. Este tipo de descuentos serían viables siempre y cuando estuviesen comprometidos con la compra de obras por un año. Este contrato podría ser en cualquier caso revocable o renovado. Deberemos poner especial interés en vigilar estos descuentos para que no se conviertan en especulación¹⁹, que se trata de la gran lacra que tiene el coleccionismo actualmente. Para abaratar costes a veces, galería y comprador fijan un coste ficticio para evitar el pago del impuesto²⁰.

Esto ocurre en grandes urbes como Madrid, o Barcelona²¹ donde el mercado del arte tiene un fuerte empuje en la sociedad. Así mismo se pretende que a través de la compra en este centro se obtengan desgravaciones fiscales por apoyar la cultura. Además el arte se fomentará a través de uno o varios premios anuales que desarrollen la creatividad de nuevos artistas: los artistas serán de variadas disciplinas como las ya mencionadas tales como pintura, escultura y fotografía, aunque según avance el proyecto, se podría contemplar otras disciplinas dentro del espectro artístico. Volviendo al descuento en el precio de la obra de estos Jóvenes Artistas, es totalmente necesario puesto que la legalidad en las ventas está presente en la gestión económica de la galería. Actualmente, Hacienda recauda en concepto de IVA el 21 por ciento sobre el valor del producto, lo que provoca que el público no esté interesado en declarar la transacción²², a pesar de que el valor se haya reducido por tratarse de artistas menos conocidos como es el caso de estos Artistas Jóvenes. En ocasiones se pueden llegar a grandes descuentos y según el asesoramiento de abogados²³ especializados el IVA puede ser del 10%, siempre y cuando con asesoramiento.

¹⁹ DIEZ PRIETO, Fernando. La guía del inversor en arte. Arte 10, Madrid, 2001. pp.149-150

²⁰ GÓMEZ, C. "Burlar al fisco por amor al Arte". El País Negocios, 25/2/1990.

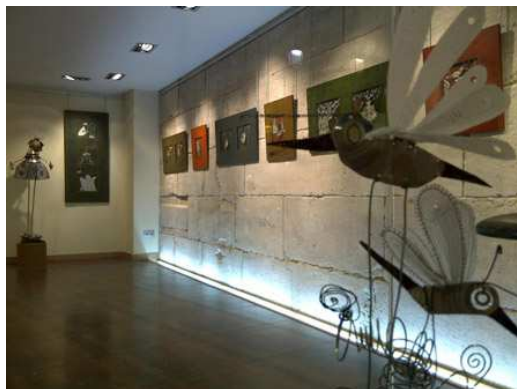
²¹ Es el precedente en el que me baso. La galería de arte Dolors Junyent, situada en el Paseo de Gracia de la capital catalana ofrece importantes descuentos de hasta el 15% en obra no solo de jóvenes artistas sino de grandes maestros de la pintura y escultura como Miró, Chillida, Mira, Saura o Cuixart. Más detalles en la web de la galería.

²² PORTÚS, Javier. *Mercado del Arte y Coleccionismo en España (1980-1995)*. Cuadernos ICO, Madrid, 1995. pp.40-41

²³ Según el NIAL Art Law, un bufete de abogados especialistas en comercio de arte.

3.4 LA SEDE DEL PROYECTO

La idea que se trata de explicar en este proyecto se consolidará en la Galería San Cayetano 3 Espacio Creativo e Zaragoza. Además de exhibición y venta de obra el propósito es la catalogación. Con este tipo de acciones la galería se convertirá en un ente de gran importancia²⁴, para



distinguirnos de galerías de menos importancia que no llevan a cabo este tipo de programas. Además la situación de nuestra sala es privilegiada²⁵, es decir, en la actual Plaza del Justicia número 3, junto a la calle de la Manifestación de Zaragoza. Es el centro histórico de la capital aragonesa y en la que la afluencia de público permitirá que los catálogos tengan una adecuada venta. Por poner un ejemplo, esta sala se encuentra frente al Hotel Catalonia El Pilar, centro socio-cultural de la ciudad, en la que eventualmente residen personajes de elevados ingresos, lo que permitirá que se interesen por las obras de los artistas de la galería. Estas obras adquirirán un mayor valor en el caso de realización de catálogos dado que la obra que queda reseñada en archivos de este tipo permite su consulta en cualquier momento y por supuesto su difusión permanente. La sala y su situación son fundamentales para la realización de este tipo de libros, el cual siempre será realizado con vistas a una posterior venta. El fin inicial de este proyecto es estudiar o reflejar y exhibir las obras en un tipo de archivo con el objetivo de que no caigan en el olvido.



Este proyecto tendrá en cuenta todas las disciplinas dentro del espectro artístico dado que sino parecería una galería del siglo XIX. Hoy en día ante esa imagen eficaz o espectacular²⁶, deberemos tener en cuenta las proyecciones o los poderosos haces de luz, las video-instalaciones o la alta definición. Es lo que conoce Paul Virilio como el arte de la motorización en el que se incluyen las pantallas, los píxeles y por supuesto lo digital.

²⁴ POLI, Francesco. *Producción artística y mercado*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1976. pp. 59-61

²⁵ Ver anexos 1, 2, 3 y 4.

²⁶ VIRILIO, Paul y BAJ, Enrico. *Discurso sobre el horror en el arte*. Casimiro Libros, Madrid, 2010. pp. 14-15

3.5 EXPANSIÓN DEL PROYECTO

La dirección de este proyecto indagará a cerca nuevos interesados en busca de inversión en Jóvenes Artistas, bien a nivel local o provincial. Un aspecto positivo es establecer un contrato²⁷ entre el Joven Artista y la galería quien será el que medie entre éste y los potenciales compradores de su obra, los coleccionistas. Se pretende dar importancia a Jóvenes Artistas pero también relevancia a la ciudad de Zaragoza como gran lanzadera en la promoción de artistas tanto de fotografía, escultura y por supuesto y principal, la pintura en sus múltiples facetas. Se contemplan en los programas de este centro el intercambio de artistas y con otras galerías de arte así como fundaciones del tipo Caja Madrid, Caixa Forum o BBK, por lo que empresas e instituciones de gran solera estarían próximas a este proyecto. Se contempla la posibilidad también de traer a importantes personajes de la pintura del personaje nacional tal y como haría Pepe Rebollo²⁸ con Mompó en 1978.

Así mismo además de las exposiciones en la Galería, se tiene en cuenta la salida a grandes eventos nacionales como internacionales como ESTAMPA²⁹ o la Feria Internacional de Arte Contemporáneo o ARCO³⁰ entrando en el apartado de galerías de arte con dos años de trayectoria mínima y con cuatro exposiciones al año al menos, en el año 2015. Para llegar a ARCO deberemos haber andado un trecho, por lo que es importante organizar exposiciones en gran número dentro y fuera de la Galería pero siempre como colectivo y abanderando el nombre de la institución, y siempre teniendo en cuenta nuestro objetivo: la promoción y difusión de nuevos talentos que en la actualidad no tienen donde mostrar sus creaciones artísticas.



²⁷ RODRÍGUEZ ACERO, M. G. *La gestión artístico-cultural y la mujer en España*. U. de Málaga, 2008. pp. 115

²⁸ AZPEITIA, Ángel y LORENTE, Jesús Pedro. *Exposiciones de Arte actual en Zaragoza: reseñas escogidas 1962-2012*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2013. pp.281

²⁹ Anexo 14.

³⁰ Ver anexo 10.

3.6 CATALOGACIÓN

El catálogo³¹ es junto a la exhibición y venta de obras, es la pieza fundamental en este breve trabajo a cerca de la conservación del patrimonio cultural, y sobre todo en nuestro caso que se trata del artístico. Por supuesto estas publicaciones tienen valor comercial y cultural. El proyecto llevado a cabo en este caso gracias a la colaboración de San Cayetano 3 Espacio Creativo tratará de catalogar obras de arte con el objetivo de que estas no caigan en el olvido y de esta manera que tengan una difusión futura.

En primer lugar decir que las impresiones en papel constarán de varios volúmenes, según sea por exposiciones o por anualidades. Debemos tener en cuenta que en la actualidad no se hacen ediciones catalográficas por falta de fondos salvo en contadas ocasiones como ocurre



en el Premio de la Delegación del Gobierno en Aragón, o el premio San Marcos que organiza la Universidad de Salamanca, por lo que la realización de estas compilaciones se realizará tras analizar la importancia de la obra. Se trata de costosos elementos gráficos que nuestro proyecto abordará en caso de tener importancia las obras a catalogar. Resulta de una ganancia³² importante y considerable relacionada con el mundo de la organización de exposiciones, es decir, una de nuestras actividades.

De esta manera la idea fundamental es sacar un volumen mensual de las obras expuestas, generalmente de mayor relevancia que favorezcan tanto a los Jóvenes Artistas como al desarrollo de la propia galería, aunque puede haber excepciones tal y como comentaba anteriormente, es decir, en caso de exhibirse obra de excepcional interés se procederá a su catalogación. Paralelamente, deberemos editar otro catálogo, uno al mes de cada Joven Artista.



³¹ Ver anexo 5.

³² POLI, Francesco. *Producción artística y mercado*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1976. pp.85

4. MODELO DE DIFUSIÓN DEL PROYECTO LANZADERA.

4.1 Posicionamiento social y difusión.

El objetivo fundamental es dar publicidad a los Jóvenes Artistas o emergentes junto con:

-Puesta en valor de los Jóvenes Artistas.

-Difusión de la obra.

-Internet como pieza fundamental

-Boletines electrónicos a los visitantes de la galería



En el momento que un organismo vende una obra expuesta es básicamente difusión del patrimonio. El patrimonio no solo está integrado por obras del siglo XVII o por castillos, sino que está integrado por piezas actuales como son las obras de los artistas jóvenes que exponen actualmente en galerías de arte o centros culturales. Nuestra difusión producida por la venta de obras se va a ver apoyada por catálogos que permitan la consulta continuada de las obras que se exponen en este espacio creativo. Al contrario que el siglo XX donde la figura del marchante³³ era muy importante, es ahora cuando el galerista deberá difundir la obra a través de su cartera de inversores. A pesar de ello la figura del marchante³⁴ también llamado actualmente representante de artistas, tiene un papel importante en el mercado dado el conocimiento de los interesados en comprar arte. A pesar de ello, la figura de ese marchante como vendedor y difusor de arte desaparecerá en tiempos de crisis al retirarse los capitales³⁵.

Periódicos con su agenda de cultura, Internet y por supuesto las redes sociales serán los entes principales de difusión del centro. Una vez llegue el visitante a la galería, será persuadido sobre el interés de la propia obra expuesta y se le tratará de convencer que adquiera obras con el fin de acercar, en este caso, el arte a las masas. Nuestra principal herramienta en la actualidad es la red social Facebook, siendo una muy importante las ferias sobre arte, las cuales cada vez están viéndose más salpicadas por la crisis. El escaso apoyo de las instituciones públicas y los recortes provocados también en el sector privado provocan que la difusión sobre este tipo de patrimonio sea cada vez más complicada.

³³ KAHNWEILER, Daniel Henry. *Mis galerías y mis pintores*. Ediciones Ardora, Madrid 1991. pp.139.

³⁴ TOSCANO. B. "Collezionismo e mercato", en *Arte 2/I*, n° 23, Milán, 1971. pp.114

³⁵ MOULIN, Raymond. *Le Marché de la peinture en France*. Ed. de Minuit, París, 1967. pp. 193-194

4.2 TEMPORALIZACIÓN DEL PROYECTO

Cronograma	Contenido
Septiembre 2013 Día 1-15 Día 17-29 Día 30	Inicio de nueva etapa 1. Exposición de Víctor Ligorred 2. Exposición de Joven Artista 3. Montaje de próxima exposición colectiva
Octubre 2013 Día 1-13 y 14-30	Exposición colectiva de Artistas pertenecientes a la galería y Jóvenes 4. Exposición colectiva “Se acercan las fiestas” (Artistas del grupo) 5. Exposición colectiva de Jóvenes Artistas
Noviembre 2013 Día 2-15 Día 17-30	Exposiciones individuales 6. Exposición de Lázaro Vela 7. Exposición de Joven Artista
Diciembre 2013 Día 2-15 16-6 enero de 2014	Exposición individual y colectiva del Grupo y de Jóvenes Artistas 8. Exposición de Fernando Aladrén 9. Exposición colectiva del Grupo y de Jóvenes Artistas “Navidarte”
Enero 2014 Día 7-20 Día 21-31	Exposiciones de Año Nuevo 10. Exposición de José María Escacho 11. Exposición de Joven Artista
Febrero 2014 Día 1-14 Día 15-28	Exposiciones de final de invierno 12. Exposición de Conchita Bardají 13. Exposición de Joven Artista
Marzo-abril 2014 Día 1-31 Día 1-30	Exposiciones colectivas sobre la primavera y Semana Santa 14. Exposición colectiva del Grupo y de Jóvenes Artistas “La Primavarte” 15. Exposición colectiva del Grupo y de Jóvenes Artistas “Semana Santa
Mayo-junio 2014 Día 1-31 Día 1-30	Exposiciones individuales 16. Exposición de Miguel Estrada 17. Exposición de Joven Artista

5. CONCLUSIONES

La escasa apuesta que actualmente se realiza en las galerías con los Jóvenes Artistas está provocando que éstos no tengan un desarrollo óptimo impidiendo que accedan al mercado del arte y por tanto que lleguen a obtener unos beneficios de su trabajo. La propuesta que realiza este proyecto es sencilla, dado que la crisis económica ralentizaría todavía más la puesta en marcha de un proyecto de tal calibre. Es una apuesta en cierta manera arriesgada porque se trata de trabajar con artistas desconocidos, lo que puede provocar el desinterés de aquellos que verdaderamente no son coleccionistas. Las previsiones no son halagüeñas por la retirada de capitales lo que provoca que generalmente el coleccionista decida no invertir en nuevos valores.

Este proyecto tratará de hacer ver al coleccionista el verdadero valor de los Jóvenes Artistas y la proyección de futuro que pueden tener. Debemos tener en cuenta que los grandes maestros de las artes en la actualidad, hace décadas también fueron jóvenes y tuvieron oportunidades para mostrar su obra. Para ello protegeremos el derecho creativo de cada artista. Es importante reflexionar sobre este hecho. El derecho moral es el componente del derecho de autor destinado a proteger la personalidad del creador con respecto a su obra. Su ejercicio u omisión bien puede producir consecuencias patrimoniales, aunque la esencia de este derecho no es de origen económico. Es oponible frente a todos, carácter que le da la peculiaridad de ser un derecho absoluto y por tanto imprescriptible, inalienable, irrenunciable e inembargable.

Difusión, promoción y acceso al mercado del arte serán los principales objetivos de este proyecto el cual es humilde por intentar agrandar lo menos posibles los gastos, de ahí que la idea se vaya a desarrollar en una galería ya constituida. Para promocionar a nuestros artistas es importante que su obra quede registrada a través de las ediciones que hemos comentado a lo largo de todo el desarrollo. Son los catálogos nuestra contribución a una actualidad económica en quiebra. Para llevar a cabo este proyecto hemos debido indagar sobre nuevas maneras de financiación como el crowdfunding, el cual se realiza mediante aportaciones de inversores que apuestan por el futuro y la innovación. La importancia de cuidar a nuestros futuros artistas reside en la financiación de su trabajo para que así puedan desarrollar su talento en forma de obra artística.

A pesar de que las previsiones no son buenas, este proyecto espera cubrir gastos con el menor número posible de problemas.

6. BIBLIOGRAFÍA

***Recursos a través de libros:**

- ANDER Egg, Ezequiel. *La práctica de la animación socio-cultural y el léxico del animador*. Pontificia Universidad Católica de Perú, Fondo Editorial, Perú, 2002.
- ARCOMadrid. Normas específicas de participación en ARCOMadrid 2014.
- ARGAN, Giulio Carlo. *Lo artístico y lo estético*. Casimiro Libros, Madrid, 2010.
- ARMAÑANZAS, Emy. *El color del dinero. El boom de las subastas de arte, acontecimiento cultural en prensa*. Rekalde, Bilbao, 1993.
- AZPEITIA, Ángel y LORENTE, Jesús Pedro. *Exposiciones de Arte actual en Zaragoza: reseñas escogidas 1962-2012*. Zaragoza: Pressas de la Universidad de Zaragoza, 2013.
- BURGÈR, PETER. *Teoría de la Vanguardia*, Ediciones Península, Barcelona, 1987.
- COLOMBRES, Adolfo. *Manual del promotor cultural*. Ediciones Colihue, Buenos Aires, 1997.
- DIEZ PRIETO, Fernando. *La guía del inversor en arte*. Arte 10, Madrid, 2001.
- GARCÍA, A. “Se acabó el pastel”, *El País Semanal*, 3/2/1991.
- GÓMEZ, C. “Burlar al fisco por amor al Arte”. *El País Negocios*, 25/2/1990.
- JIMÉNEZ, P. “Un sector abandonado a su suerte”, *ABC de las artes*, 12/2/1993
- LORÍA, Vivianne. “La pobreza del arte”. *Revista Internacional de Arte Lápiz*, número 259/260. Año 2010.
- L.R.C. “Habrá Ley de Mecenazgo”, en *La Razón Cultura*, 15/11/2012
- HASKELL, Francis. *Pasado y Presente en el arte y en el gusto*. Alianza Forma, Madrid, 1989
- KAHNWEILER, Daniel Henry. *Mis galerías y mis pintores*. Ediciones Ardora, Madrid 1991.
- MARTÍN REBOLLO, Luis. *El comercio del Arte y la Unión Europea*. Editorial Civitas, Madrid, 1994.
- MORAN, Miguel y CHECA, Manuel. *El coleccionismo en España*. Ediciones Cátedra, Madrid, 1985.
- MOULIN, Raymond. *Le Marché de la peinture en France*. Ed. de Minuit, París, 1967.
- PEÑUELAS Y REIXARC, Lluís. *Valor de Mercado y Obras de Arte: análisis fiscal e interdisciplinario*. Madrid; Marcial Pons, 2005.

-PÉREZ-LIZANO Forns, Manuel. Conferencia que imparte en Universidad de Zaragoza, en el Máster Oficial de Gestión de Patrimonio Cultural, curso 2012-2013.

-POLI, Francesco. *Producción artística y mercado*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1976.

-PORTÚS, Javier. *Mercado del Arte y Coleccionismo en España (1980-1995)*. Cuadernos ICO, Madrid, 1995.

-RODRÍGUEZ ACERO, M. G. *La gestión artístico-cultural y la mujer en España*. U. de Málaga, 2008.

-TOSCANO. B. “Collezionismo e mercato”, en *Arte 2/I*, nº 23, Milán, 1971.

-VATTESE, ANGELA. *Invertir en Arte, producción, promoción y mercado de arte contemporáneo*, Pirámide, Madrid, 2002.

-VIRILIO, Paul y BAJ, Enrico. *Discurso sobre el horror en el arte*. Casimiro Libros, Madrid, 2010.

***Recursos webs:**

-ASC, Asociación Española de Crowdfunding. Web.spaincrowdfunding.org

-CAJA DE BURGOS http://www.cajadeburgos.es/obrasocial/1_107_69/cultura.html

-CLAASEN, MAREK. ¿Cómo funciona el mercado del arte? Recurso web. <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/2763/como-funciona-el-mercado-del-ar/>

-JUNYENT, Dolors. Galerista barcelonesa que explica que aplica descuentos de hasta el 15% en obras de arte. Dolorsjunyent.com

-MAS DE ARTE. Web especializada en arte y en últimas noticias. Masdearte.com

-NIAL, Art Law. Bufete especializado en abogados. Asesoramiento sobre descuentos en obras de arte.

7. ÍNDICE DE ANEXOS

1.	Plano de situación de la galería.....	26
2.	Imagen exterior de la sede.....	26
3.	Imagen interior de la sede.....	27
4.	Imagen del entorno de la galería.....	27
5.	Propuesta de catálogo.....	28
6.	Numeroso público visita la galería.....	28
7.	Partida de gastos e ingresos de la galería.....	29
8.	Partida de gastos e ingresos del proyecto.....	31
9.	El crowdfunding.....	33
10.	Extracto de normas de ARCOmadrid.....	34
11.	Galeras de la AGACA en Zaragoza.....	35
12.	Colectivos de Artistas Plásticos.....	35
13.	Confirmación de la Ley de Mecenazgo.....	36
14.	Feria Estampa de Madrid.....	36
15.	Nuestro proyecto en ferias especializadas.....	37
16.	Logo del Proyecto Lanzadera.....	37
17.	Derecho Moral de autor.....	38
18.	Gestión de derechos de autor.....	40
19.	Catálogo deontológico del IAC.....	41
20.	Contrato de seguros. “Clavo a clavo”.....	47
21.	Modelo de contrato entre comisario y artista.....	50

8. ANEXOS

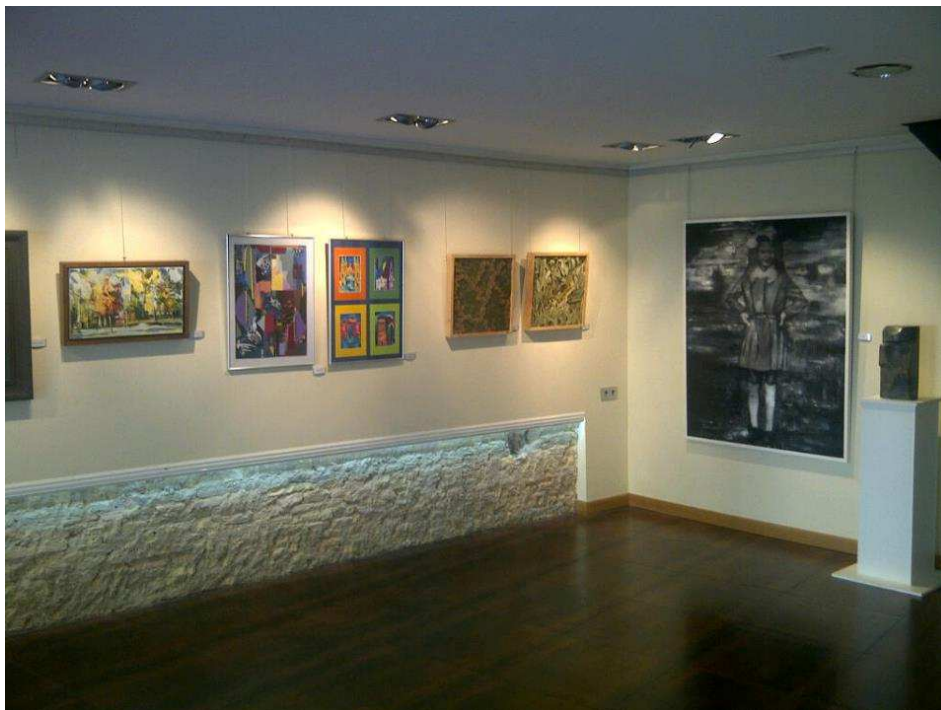
1. Plano situación de la Galería donde se desarrollará el proyecto:



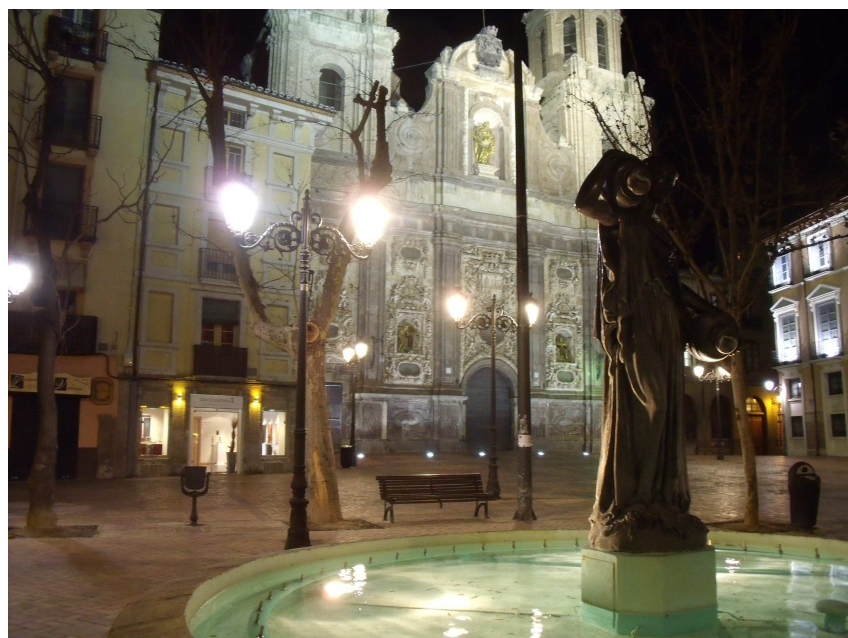
2. Imagen exterior de la sede del proyecto:



3. Imagen del interior³⁶ del espacio donde se expondrán las piezas del Grupo permanente de la Galería y de los Jóvenes Artistas:



4. Imagen del entorno de la sede del proyecto, Plaza del Justicia de Zaragoza:



³⁶ En la imagen de algunas obras del grupo de artistas de la galería, Lorén Ros, Lázaro Vela, Fernando Malo y Víctor Ligorred.

5. Imagen de propuesta sobre el catálogo:

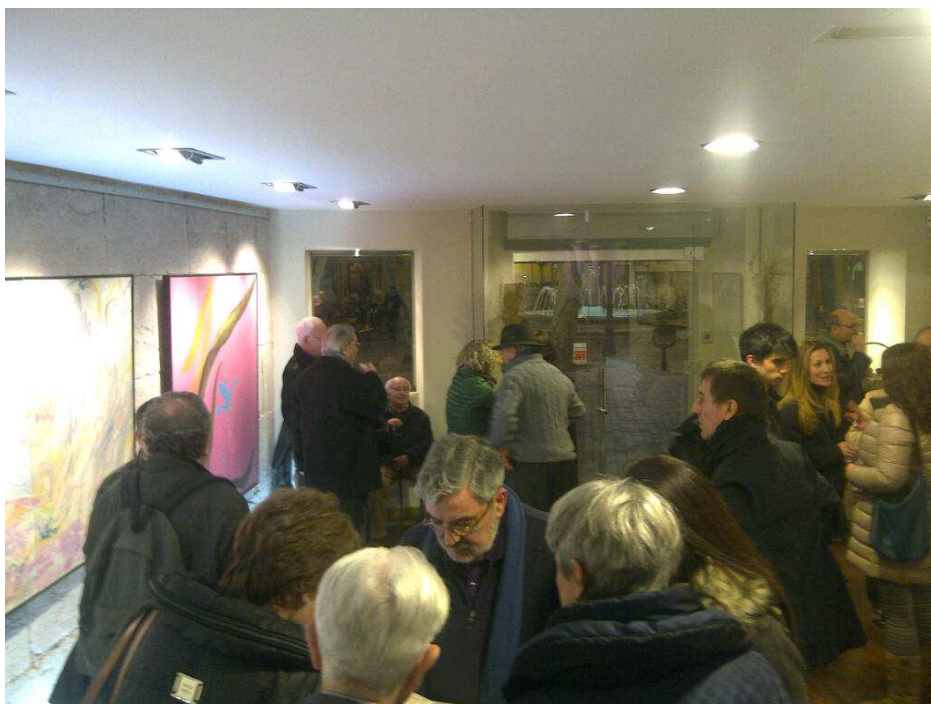
San Cayetano 3
ESPACIO CREATIVO



*Lázaro Vela
*Lorén Ros
*Velasquez Gómez
*Domingo Sanz Azcona
*Gonzalo Bujeda
*Víctor Ligorred
*José María Escacho
*Fernando Aladrén
*Fernando Malo
*Pedro Esbec
*José María de Lecea
*Conchita Bardají
*Artistas Jóvenes
*Exposiciones colectivas

Catálogo Volumen I
Año 2013
Enero-Marzo

6. Numeroso público visita en las inauguraciones la Galería³⁷:



³⁷ Público con artistas del Grupo permanente, como Gonzalo Bujeda, Manuel Arcón o Lázaro Vela.

7. Partida de gastos e ingresos previstos anualmente en la Galería:

GASTOS PREVISTOS	Cuotas seguridad social (x1)	Agua	Luz	Internet Teléfono	Dominio Web	Gestoría Al mes	<u>Gastos por mes</u>
Enero	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Febrero	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Marzo	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Abril	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Mayo	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Junio	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Julio	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Agosto	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Septiembre	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Octubre	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Noviembre	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
Diciembre	280€	40€	320€	70€	6,5 €	95 €	811,5€
TOTAL DE GASTOS CORRIENTES + alquiler de local anual 2.500€: 9.738 + 2.500= 12.238€							

Proyecto Lanzadera de Artistas Emergentes
en la Ciudad de Zaragoza

INGRESOS PREVISTOS	Cuotas artistas, 60 €. 15 integrantes del Grupo permanente	Porcenta- je de ventas de obras	Llavero Pin Souvenir Postales	Cai Iberca-ja	Bodegas Almau Cafetería La Pasión (Donación)	Alquiler de sala para eventos	<u>Ingresos</u> <u>por mes</u>
Enero	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Febrero	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Marzo	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Abril	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Mayo	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Junio	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Julio	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Agosto	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Septiembre	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Octubre	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Noviembre	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
Diciembre	900€	500€	200€	250€	180€	-	2030€
TOTAL DE INGRESOS PREVISTOS: 24.360€							

8. Partida de ingresos y gastos del proyecto de Jóvenes Artistas:

GASTOS PREVISTOS	Catálogo: Mensual +trimestral	Folleto	Cartel	Vino español (2 x mes)	Asesoría de NIAL Art Law	Gestoría Al mes	<u>Gastos por mes</u>
Enero	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Febrero	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Marzo	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Abril	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Mayo	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Junio	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Julio	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Agosto	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Septiembre	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Octubre	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Noviembre	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€
Diciembre	400€	50€	80€	90€	90€	95 €	805€

Proyecto Lanzadera de Artistas Emergentes
en la Ciudad de Zaragoza

INGRESOS PREVISTOS	Cuotas artistas, 70 €. 2-5 al mes	Porcenta- je de ventas de obras	Postales con imá- genes de obras de Jóvenes Artistas	Llavero con imá- genes de obras de Jóvenes Artistas	Otras subven- ciones y corwd- funding	Alquiler de sala para eventos	<u>Ingresos</u> <u>por mes</u>
Enero	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Febrero	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Marzo	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Abril	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Mayo	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Junio	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Julio	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Agosto	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Septiembre	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Octubre	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Noviembre	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
Diciembre	350€	500€	100€	50€	-	-	1850€
TOTAL DE GASTOS PREVISTOS: 9660€					TOTAL DE INGRESOS PREVISTOS: 22.200€		

9. El crowdfunding³⁸, un tipo innovador de financiación:



0. INTRODUCCIÓN

Crowdfunding es la denominación utilizada para referirse a financiación colectiva, normalmente, on-line. Algunos la llaman también financiación en masa³⁸, micromecenazgo, o micropatronazgo; aunque en puridad, no todo crowdfunding puede considerarse una modalidad de mecenazgo. Originado en el mundo anglosajón ha llegado con fuerza al Estado español donde ha tenido una buena acogida propiciada en parte por la sangrante crisis económica que empapa la realidad de estos momentos. En muchos ámbitos se ha planteado que podría llegar a sustituir formas tradicionales de producción de bienes culturales (inversión por parte de productoras, editores, ayudas públicas, prepagos, etc.) y en términos generales se presenta como la opción más democrática para producir cultura. Una de las ventajas que ofrece este sistema de financiación es que permite la posibilidad de que la ciudadanía, empresas públicas y privadas contribuyan con cualquier cantidad de dinero a fomentar el desarrollo de una iniciativa cultural. Además existen ciertos proyectos que por su carácter o tipología no encajan en ni en los requisitos de apoyo de entidades públicas ni llaman la atención de la iniciativa privada encuentran en las plataformas de crowdfunding (a partir de este momento abreviado como CF) una opción de encontrar financiación.

El CF, que está teniendo un impacto notable en el panorama cultural contemporáneo, ha proliferado especialmente en Cataluña que pese a no ser dónde más circulación de fondos se genera, sí es donde más plataformas utilizan o se inspiran en el CF.

Se dice que el CF nació en 1997, cuando el grupo británico de rock Marillion promovió por Internet la financiación colectiva de una de sus giras. Pero en realidad, pese a que en la historia de la cultura encontramos muchos casos de financiación colectiva, otro ejemplo de CF contemporáneo lo encontramos con el nacimiento del software denominado libre, del Proyecto GNU y de la Free Software Foundation de la mano de Richard Stallman en los años 80.

Los programadores trabajaban en el desarrollo de sistemas operativos y aplicaciones sin cobrar a cambio; de ese momento incipiente se pasó a las donaciones que permitieron desarrollar más ampliamente determinados proyectos que habían de revertir en el bien común, ejemplos de ello los encontramos en Wikipedia, Creative Commons, el explorador Mozilla y muchos otros.

El CF rápidamente se reveló como un sistema de financiación ideal para este tipo de proyectos: rápido, sencillo, on-line y que apelaba a lo mejor de cada uno para construir, entre todos, un bien común. Es decir un sistema de financiación ad-hoc para proyectos tecnológicos en un entorno digital.

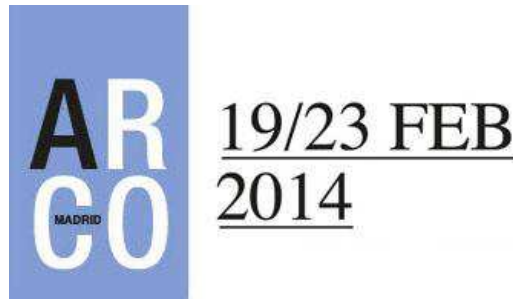
A lo largo de este informe introduciremos los diferentes tipos de plataformas y modelos de

³⁸ Imágenes extraídas de la web de la Asociación Española de Crowdfunding.

10. Extracto de las normas de ARCOMadrid³⁹ para acceder a la Feria:

5.1.- Las GALERIAS O EDITORAS que soliciten su participación en el Programa General deberán acreditar convenientemente, mediante declaración bajo su responsabilidad, el ejercicio constante y permanente de actividades propias de una GALERÍA o EDITORA, de acuerdo con las circunstancias que a continuación se exponen:

- Un mínimo de dos años de apertura continuada de la Galería.
- Apertura regular y horario habitual coincidente con el generalmente establecido en el sector.
- Mínimo de cuatro exposiciones al año, abiertas al público y con acceso gratuito durante el horario habitual de apertura (las Editoras quedarán exentas del cumplimiento de este requisito).
- Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades



Económicas y, en su caso, al corriente de pago del mismo a la fecha de presentación de la SOLICITUD DE PARTICIPACION, o declaración responsable de no estar obligado al pago del mismo.

El no cumplimiento de estas condiciones será causa de denegación de la participación en ARCOMadrid 2014 y, en consecuencia, la Solicitud de Participación no será admitida a trámite.

³⁹ ARCOMadrid. Normas específicas de participación en ARCOMadrid 2014. pp.3-4

11. Espectro de galerías en Zaragoza adheridas a la AGACA⁴⁰ en la ciudad de Zaragoza:

- Antonia Puyo (C/ Madre Sacramento 31)
- Zaragoza Gráfica (C/ Don Jaime I 14)
- Galería Itxaso (C/Dato 13-15)
- La Libreta de los Dibujos (C/Contamina 19)
- Galería Carmen Terreros-Cta (Plaza Santa Cruz 2)
- Galería Pilar Ginés (C/ Santiago 5)
- Cristina Marín (C/ Manuela Sancho 11)
- Pepe Rebollo⁴¹ (C/María Lostal 5)
- Galería Finestra Estudio (C/ Zumalacárregui 12)
- Galería Campos (C/La Luz 14)
- Spectrum Sotos (C/Concepción Arenal 19)
- San Cayetano 3 Espacio Creativo (Plaza del Justicia 3)

12. Algunos colectivos o asociaciones de Artistas Plásticos:

- A. A. P. Arte en Red
- A. A. P. Goya-Aragón
- A. A. P. Onubenses
- A. A. P. La Cigüeña Alcalá de Henares
- A. A. P. y Visuales Fundación Santander
- A. A. P. Gallegos (ARGA)
- A. A. P. Mercedinos (Argentina)
- A. A. P. El Campello
- A. A. P. de Madrid
- A. A. P de Málaga

⁴⁰ Asociación de Galerías de Arte en Aragón

⁴¹ Aunque el establecimiento se encuentra cerrado, el titular sigue perteneciendo a la Asociación.

13. Confirmación de que habrá Ley de Mecenazgo:



14. Feria Estampa de Madrid 2010:



15. Nuestro proyecto en ferias especializadas:



16. Logo del Proyecto Lanzadera:



17. El Derecho moral de autor, legislación:

El concepto de daño moral existe jurídicamente. Reconocido y definido por la jurisprudencia ésta lo identifica como el daño relativo al honor, la vida o la integridad física y algo tan abstracto como las relaciones afectivas.

Derecho moral de autor en la legislación española: artículo 14 de la ley 1/1996 de 12 de abril de propiedad intelectual al que no le han afectado las modificaciones del 2006, ni del 2007.

Contenido y características del derecho moral:

El artículo dice literalmente:

1. Decidir si su obra ha de ser divulgada y en qué forma.
2. Determinar si tal divulgación ha de hacerse con su nombre, bajo seudónimo o signo, o anónimamente.
3. Exigir el reconocimiento de su condición de autor de la obra.
4. Exigir el respeto a la integridad de la obra e impedir cualquier deformación, modificación, alteración o atentado contra ella que suponga perjuicio a sus legítimos intereses o menoscabo a su reputación.
5. Modificar la obra respetando los derechos adquiridos por terceros y las exigencias de protección de bienes de interés cultural.
6. Derecho de arrepentimiento o retracto: retirar la obra del comercio por cambio de sus convicciones intelectuales o morales, previa indemnización de daños y perjuicios a los titulares de derechos de explotación. (También admitiría este punto fácilmente).
7. Acceder al ejemplar único o raro de la obra, cuando se halle en poder de otro, a fin de ejercitar el derecho de divulgación o cualquier otro que le corresponda.

Si, posteriormente, el autor decide reemprender la explotación de su obra deberá ofrecer preferentemente los correspondientes derechos al anterior titular de los mismos y en condiciones razonablemente similares a las originarias.

Este derecho no permitirá exigir el desplazamiento de la obra y el acceso a la misma se llevará a efecto en el lugar y forma que ocasionen menos incomodidades al poseedor, al que se indemnizará, en su caso, por los daños y perjuicios que se le irroguen.

Posible interpretación del artículo:

Los derechos de autor son las facultades morales y de explotación que se le reconocen al autor de una obra original.

Decidir la forma en que ha de ser divulgada su obra es un término que admitiría diversas interpretaciones imagino que entre ellas se encontraría el caso en el que habitualmente se advierte a los artistas de cómo, dónde y cómo van a ser expuestas las obras que han sido compradas y/o que se prestan. Del mismo modo habría que comentar y consultar en el caso de un préstamo que se va a realizar a y cuyo autor es un artista que manifiesta una postura contraria a la política del centro que recibe el préstamo ¿no?

Integridad moral de la obra es el derecho a su no utilización para fines contrarios a la reputación o el honor de su autor. Su punto de partida es que la obra forma parte integrante de la personalidad del autor, es el fruto de su pensamiento, y no puede disociarse enteramente de aquel, por lo que incluso cuando ha cedido sus derechos patrimoniales sobre la obra, esta continua, en cierta medida, bajo su dependencia.

Derecho de arrepentimiento: que es poder retirar la obra del comercio (parece entenderse en sentido amplio de la palabra como comercio=circulación ya que la adaptación a las nuevas tecnologías así lo exigirían, retirada de Internet, etc, pero no he encontrado ninguna sentencia sobre este punto en concreto que pueda aclarar más), por cambio de sus convicciones intelectuales o morales, previa indemnización de daños y perjuicios a los titulares de derechos de explotación.

Evidentemente y cuanto más lees sobre el tema más claro está que la retirada de las obras podría estar perfectamente amparada por la amplia protección al derecho moral de autor que hay en España. Por supuesto además habría razones meramente ético-profesionales o de uso y costumbre habitual en el medio profesional.

18. Gestión de derechos de autor:

VEGAP⁴² (Visual Entidad de Asociación de Artistas Plásticos)

Sociedad sin ánimo de lucro que gestiona los derechos de autor de los creadores visuales. Dentro de su catálogo se encuadran diferentes tipos de obras: dibujo, collage, cómic, copyart, performances, arte electrónico, dibujo animado, diseño, escultura, fotografía, grabado y otras obras seriadas, humor gráfico, ilustración, infografía, instalaciones, intervenciones, pintura, videoarte, etc.

Esta Asociación surgió en 1990 y desde ese año es miembro de pleno derecho de la CISAC (Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores). Actualmente, representa en España a más de cien mil autores de todo el mundo.

VEGAP tiene suscritos contratos de representación recíproca con treinta y nueve sociedades de autor de otros países. Esto significa que los derechos de autor de los socios de VEGAP son gestionados en los países de la Unión Europea y de otros continentes, tales como Argentina, Brasil, Canadá, Estados Unidos, México, Australia, Corea y Japón, entre otros.

La inscripción en esta asociación es voluntaria, el artista decidirá hacer valer sus derechos, en este mercado que, como ya hemos comentado, viene caracterizándose por su poca transparencia. Por lo que resulta más cómodo para el creador delegar esta tarea de tutela de sus derechos de autor en una asociación

⁴² Fuente: www.vegap.es

19. Código deontológico Del Instituto de Arte Contemporáneo⁴³:

1. ARTISTAS

El artista es el pilar central sobre el que se apoya el sistema del arte actual. Se relaciona directamente con todos los agentes del mismo y en la corrección de todas esas relaciones a dos bandas se fundamentan las buenas prácticas en el sector. Produce las obras que son interpretadas, exhibidas o comercializadas por otros profesionales, y la fortaleza del sistema del arte se apoya sobre su seriedad como investigador y su capacitación tanto teórica como técnica.

Como productor de patrimonio material e inmaterial:

- Se recomienda al artista llevar un inventario exhaustivo de su producción.
- El artista proporcionará a galerías o a colecciones públicas o privadas (si vende directamente a éstas) información veraz y detallada acerca de la obra: título, posibles colaboraciones en la autoría, fecha, producción, materiales, herramientas técnicas, conservación, durabilidad y condiciones y forma de exhibición, incluyendo si es necesario material gráfico que aclare el correcto montaje de las piezas, el cual se transmitirá a la colección pública o privada que adquiera la obra.
- La variedad de técnicas y la complejidad material del arte contemporáneo exige de los productores la más exhaustiva información de los materiales empleados, imprescindible para su correcta conservación y manipulación. Si utiliza materiales perecederos o de deterioro probable, debe advertir por escrito al galerista, a la colección o al comisario de esa circunstancia, concretando su durabilidad, y darle instrucciones sobre los métodos de exhibición y conservación más adecuados para salvaguardar en lo posible la integridad física de la obra,
- La cita y la apropiación son prácticas habituales en el arte actual, pero si el artista utiliza imágenes, música, audiovisuales u otro tipo de creaciones sujetas a la legislación de la propiedad intelectual que puedan plantear problemas legales debe advertir de ello a los distribuidores y compradores de su obra.

⁴³ Fuente: I.A.C

En la relación profesional con todos los agentes del sector se respetarán siempre los derechos morales de los artistas sobre las obras, establecidos por la Ley de Propiedad Intelectual:

- decidir si su obra ha de ser divulgada y en qué forma
- determinar si tal divulgación se hará bajo su nombre, con seudónimo o anónimamente
- exigir el reconocimiento de su condición de autor de la obra
- exigir el respeto a la integridad de la obra e impedir cualquier transformación
- modificar la obra respetando los derechos adquiridos por terceros
- acceder al ejemplar único o raro cuando se halle en poder de un tercero, para ejercer su derecho de divulgación o cualquier otro que le corresponda.

En caso de que el artista sea socio de una sociedad de gestión de derechos debe informar de ello a la galería o la institución con la que vaya a colaborar, y acordar en qué casos estaría, o no, dispuesto a ceder sus derechos o a renunciar a los importes económicos que conllevan.

2.1. En su relación con la(s) galería(s) que le represente(n) y las colecciones públicas o privadas

- Informará a la galería de cualquier exposición o actividad en la que participe.
- Si se produjera un deterioro en una obra en una colección pública o privada, el artista y la galería deberían aportar soluciones, como la posibilidad de sustituir la copia deteriorada por otra nueva, destruyendo la anterior. (Si no hubo defectos de fabricación, el coste de la nueva producción será asumido por el propietario).

2.2. En su relación con los museos o centros de arte y con los comisarios

- Cualquier tipo de colaboración con una institución cultural debe quedar recogida en un contrato. (Ver punto 8.2.1., sobre la contratación por parte de las instituciones) .

- Si el artista consiente en participar en una muestra individual o colectiva debe colaborar con el comisario o la institución para la correcta catalogación y exhibición de sus obras. Tendrá derecho a exigir las condiciones idóneas para la misma, teniendo en cuenta el presupuesto y el espacio disponibles.
- El artista se ocupará de que se haga constar siempre, si alguna institución pública o privada ha producido su obra. Se informará sobre tal circunstancia tanto en la exhibición como en la venta de la misma.

2. GALERISTAS

La galería de arte comercializa la obra de los artistas y cumple una importante función en la creación de patrimonio, en la producción y la difusión de las obras artísticas, y en la promoción y representación de los artistas. Como empresa privada busca el legítimo beneficio pero, por estar abierta al público, es también un espacio cultural en el que los ciudadanos pueden acceder a la creación más actual.

La galería garantizará que las obras que pone a la venta tienen toda la fiabilidad en cuanto a la autoría, la propiedad, la catalogación y la conservación.

3.1. En su relación con los artistas

El IAC recomienda que las relaciones profesionales entre artista y galerista se basen en un documento escrito con validez jurídica. Para referencias más concretas y modelos de contrato se recomienda la consulta del Manual de buenas prácticas profesionales en las artes visuales editado por la Unión de Asociaciones de Artistas Visuales.

En el contrato o acuerdo se detallarán cuáles son las obligaciones y los derechos de cada una de las partes, que variarán según el modelo de relación. Algunos puntos que deben constar:

- Modelo de relación entre artista y galerista, con o sin exclusividad, o como colaboración puntual. En contratos en exclusiva, se recogerá en qué condiciones podrá hacer el artista exposiciones o ventas en otras galerías. El artista notificará a la galería sobre cualquier contacto en este sentido.

- Condiciones para la participación en ferias.
- Determinación de qué parte de la producción del artista será gestionada por la galería (qué períodos, qué tipo de obras).
- Plazo de pago máximo del importe de la venta que le corresponde al artista una vez la galería la ha cobrado del comprador.
- Duración del contrato o acuerdo; si cualquiera de las partes desea rescindirlo, deberá hacerse por escrito, aclarando la situación de todas las obras en depósito, préstamo, ejecución, etc. y los plazos y condiciones de su entrega al propietario de las mismas.

Algunas recomendaciones:

- Documentar la propiedad de cada una de las obras que se guardan en la galería: depósito del artista (con fecha de devolución) o adquisición por parte del galerista o de una colección (con documentos de compra).
- Informar al artista sobre la identidad del comprador y, si es posible, del lugar en el que estará la obra.
- Es muy recomendable que contrate seguros para las obras que tiene en depósito o propiedad.
- En el albarán de depósito de cada obra, hacer constar su precio de venta. Fijar si el artista acepta descuentos, y de qué cuantía. Si la galería debiera aplicar un descuento superior al pactado, consultarlo antes con el artista.
- Pactar la repercusión de los gastos de producción en la repartición de lo obtenido por la venta de la obra. El IAC propone que quien pague la producción (artista o galería) recupere ese importe antes de calcular la comisión habitual de la galería; si la obra no se vendiera, ninguna de las partes podría exigir ni la propiedad ni una compensación económica.
- Si la galería asume los costes de producción de una obra, pactar por escrito la cuantía de la inversión, y un plazo máximo de ejecución de la pieza. Si el artista incumpliera el acuerdo, devolvería a la galería los gastos que ésta haya cubierto hasta entonces.
- Si un museo o centro de arte paga la producción de la obra y ésta es después vendida, negociar antes con el museo la posible recuperación por parte de éste

de los gastos de producción. Si el museo hubiese renunciado a recuperar los gastos, la galería aplicaría su comisión habitual.

- En caso de rescisión del contrato o acuerdo y si el artista hubiese hecho alguna exposición individual en la galería, a ésta se le reservaría el derecho de gestionar la obra expuesta durante un período de un año desde la clausura de la exposición. Si la galería hubiese producido obra no vendida, podría recuperar el capital invertido en obras del artista, a precio de mercado.
- En concursos y premios en los que se compre obra mediante el sistema de premio-adquisición, la galería sólo podría obtener su comisión habitual en caso de haber preparado la documentación necesaria y asumido los gastos de envío de la obra.
- Una galería sólo debería aplicar una comisión sobre las ventas en otra galería cuando represente en exclusiva al artista en cuestión. Tal comisión será acordada previamente y facturada de manera adecuada.

3. COLECCIONISTAS PRIVADOS

El propósito del coleccionista privado es poseer y disfrutar las obras, pero también distinguirlas, conservarlas y difundirlas. Juega un papel fundamental en el mantenimiento del mercado del arte y en la conservación del patrimonio artístico, y su compromiso con la comunidad artística hace posible la actividad de muchos profesionales.

Se recomienda al coleccionista que contribuya a la difusión de las obras de arte de su colección, siempre y cuando los espacios expositivos reúnan las condiciones requeridas para la exhibición de las mismas.

También que mantenga un catálogo detallado de su colección, con la documentación completa de cada obra.

7.1. En su relación con los artistas

- El coleccionista se compromete a respetar la propiedad intelectual del autor, así como sus derechos morales establecidos en la Ley de la Propiedad Intelectual. Seguirá las recomendaciones redactadas por escrito por el artista, en cuanto a manipulación, almacenamiento y exhibición de la obra, no pudiendo realizar ninguna modificación sin el conocimiento y consentimiento del mismo.

- Si organiza una exposición o evento con obras de su colección, acordará con el artista o la entidad de gestión que éste designe los derechos de reproducción, participación y comunicación pública.
- Respetará la legislación en cuanto a la reventa de la obra, que comporta la entrega de un porcentaje de la posible ganancia al artista.
- Se considera una buena práctica que advierta al artista o a la galería que le representa cuando vaya a sacar una obra de éste a subasta.
- En caso de deterioro de una obra de arte, se compromete a contactar con el artista (o sus representantes) y un especialista para juntos elaborar un informe de valoración y restauración. Tanto el informe de estado como el de restauración pasaran a formar parte de la documentación de la obra de arte.
- Tratándose de obras audiovisuales el coleccionista podrá editar una copia de exhibición para uso privado, manteniendo el soporte original de la obra para las exposiciones públicas. En algunos casos, informando de ello al artista, se podrían hacer copias de exhibición que se destruyeran una vez acabada la exposición.

7.2. En su relación con las galerías

- Cuando un artista trabaja con una galería, el coleccionista respetará ese acuerdo y acudirá siempre a las galerías para la adquisición de obras.
- En el momento de la venta deberá emitirse la correspondiente factura en la que se acuerde el plazo de pago de la obra.
- Si el coleccionista encarga la producción de una obra y el artista está representado por una galería establecerán por escrito las condiciones contractuales en cuanto a los derechos y obligaciones de cada uno.
- Debe comprometerse a informar a la galería del posible préstamo de la obra adquirida para exposiciones o eventos, y de su reproducción en publicaciones.

20. Contrato de seguros. Cobertura “Clavo a Clavo”:

Este traslado de obras de arte lleva aparejado un contrato de seguro que debe celebrarse por sociedades o empresas como galeristas, museos o instituciones públicas, e incluso los transportistas de este tipo de mercancías. La primera y más importante exigencia que debe tener en cuenta quien participe en el seguro de obras de arte, es la solvencia financiera, técnica y profesional de la aseguradora que asuma los riesgos, para lo que deben considerarse las calificaciones de seguridad que marcan las agencias especializadas.

Al celebrarse en una galería la exposición de la obra de un artista, es deber de la empresa realizar un seguro que cubra los posibles daños, este deber queda registrado en el art. 18 del Código de Relaciones entre el Artista y el Galerista. El galerista contratará, a su cargo, un seguro de la obra que tenga en su custodia que cubra las contingencias que puedan producirse desde el mismo momento en que le sea entregada por el artista y hasta su venta y cobro, o devolución del artista. El contrato de seguro nombrará al artista como beneficiario y cubrirá los daños o pérdidas producidos en el transporte, exposición, embalaje, enmarcado y almacenamiento en la galería. La modalidad de seguro que se celebra en estos casos es el de “Todo Riesgo”. Es decir, abarca todo riesgo de daño físico o pérdida que sufra la “obra” por cualquier causa externa durante su transporte, manipulación y exposición.

El ámbito de cobertura de este seguro se suele denominar con la expresión “clavo a clavo” (pared a pared o residencia a residencia), que significa que la obra queda garantizada desde que se mueve de su ubicación original hasta que regresa a la misma. Por consiguiente, quedan cubiertos todos los daños que sufran las obras tanto durante sus distintos transportes (operaciones de embalaje y desembalaje, manipulación e instalación) como en las distintas estancias en el lugar de exposición o locales aduaneros, de embaladores y restauradores, entre otros. Es práctica habitual exonerar de responsabilidad a los transportistas y manipuladores que efectúan el traslado de las mismas.

Todo ello referido siempre a las condiciones que otorgan las Cláusulas inglesas del Institute Cargo Clauses “A” del 01/01/82 o las Institute Cargo Clauses Air del 01/01/82, dependiendo del medio de transporte usado. No obstante, los mercados

especializados en Fine Art tienden, cada vez más, a elaborar condiciones especiales adaptadas a esos riesgos tan concretos.

Exclusiones

Esta cobertura mantiene unas exclusiones muy limitadas y concretas que deben venir enumeradas expresamente en la póliza del seguro. Las más importantes son:

- Desgaste natural, envejecimiento, deterioro gradual, moho, oxidación.
- Daños por filtraciones, polución o contaminación.
- Insuficiencia o inapropiado embalaje o preparación de las obras de arte.

También quedan excluidos las pérdidas y deterioros producidos por razones producidos en momento de guerras o conflictos violentos, también cuando el daño se produce por mandato de una autoridad pública. Los daños producidos por exposición a radiactividad o contaminación por combustible nuclear suelen ser también objeto de exclusión.

Cláusulas específicas

Es necesario conocer en las pólizas de seguro que amparan obras de arte, la observación de algunas cláusulas específicas y concretas. Algunas de ellas son las siguientes:

- Depreciación o demérito artístico: Se garantiza la depreciación o demérito que sufra la obra como consecuencia de un riesgo garantizado, siendo el valor de la obra su límite máximo.

- Descabalamiento: La compañía responde de los gastos de restauración de cada objeto dañado, pero no asume el demérito que pudiera producirse en una colección o pareja.

- Fotografía: Se garantiza el coste de rehacer una copia con la misma técnica y partiendo del negativo original. Esta cláusula tiene se aplica también en el caso de obras de videoarte.

- Daños a marcos y cristales protectores: No se responde por el daño que sufra el cristal, pero sí del que se produce en la obra a consecuencia de la rotura del mismo.-

Cláusula de pares o juegos: en el caso de pérdida total de un artículo que perteneciese a un par o juego, y si los Aseguradores no pudieran proveer una sustitución idéntica del artículo en pérdida, los aseguradores pueden aceptan pagar el valor asegurado del par o juego, y el asegurado entregar el artículo(s) restante o el juego a los aseguradores.

Requisitos

Se trata de un tipo de seguros muy especializado. En los procesos de manipulación, embalaje, viaje, instalación, montaje y desmontaje y cualquier otro tipo de depósito, la obra de arte siempre es tratada por equipos profesionales de especialistas dependiendo de los distintos Organismos que ceden o reciben las obras. Eso hace que en España sea gestionado por muy pocas Compañías.

-Exactitud en la identificación de la obra asegurada. Los detalles han de ser explicitados con rigor y precisión. La empresa solicitará: Título, Autor, Propietario, Beneficiario, Medidas, Técnica, Lugar de recogida y de devolución, Valor. Información necesaria para calcular la cotización del seguro

-Informar sobre la compañía de transportes, recorrido que han de hacer las obras, lugar de recogida y devolución y el tiempo que han de permanecer en el nuevo destino, antes de su retorno, al lugar de origen.

-Puerta blindada, alarma con conexión a central de vigilancia, extintor de incendios con contrato de mantenimiento y dependiendo de la situación de la vivienda, le expondrán si es necesario o no la instalación de rejas en las ventanas.

Valoración de la obra y póliza de seguro

El valor de una obra de arte es un factor determinante a la hora de contratar un seguro, y en la gran mayoría de las veces, viene determinado por el precio que la misma tenga en el mercado.

Lo más recomendable es asegurar la obra por el precio real de mercado. Para su valoración correcta se utilizarán publicaciones especializadas, referencias obtenidas en ferias de arte, catálogos de obras de arte y, por supuesto, el dictamen de un perito especializado en arte.

21. Modelo de contrato entre comisario y artista o institución:

1/7

AVCA:

Associació Valenciana
de Crítics d'Art

MODELO DE CONTRATO DE COMISARIADO

En (...) a (...)

REUNIDOS

De una parte, (...), con NIF: (...), que interviene como (...), en representación de la entidad denominada (...), con CIF nº (...), con domicilio en (...) (en adelante la INSTITUCIÓN (...))

Y

de otra parte, (...), mayor de edad, con NIF número: (...) y domicilio en (...), que interviene en su propio nombre y derecho. En adelante el COMISARIO/A

Ambas partes, reconociéndose mutuamente la capacidad legal necesaria para otorgar el presente contrato,

MANIFIESTAN

I. Que la INSTITUCIÓN ha acordado producir la exposición denominada «(...)», que se exhibirá en las instalaciones de la INSTITUCIÓN, teniendo como fechas previstas para la celebración de la misma (...)

II. Que la INSTITUCIÓN, tiene intención de publicar un catálogo de dicha muestra con motivo de la exposición.

III. Que el COMISARIO/A tiene interés de realizar y dirigir los trabajos relacionados en los apartados anteriores.

IV. Que el COMISARIO/A declara bajo su responsabilidad que reúne las condiciones legales necesarias para contratar con entidades públicas.

V. Que como consecuencia de lo anterior, ambas partes convienen y firman el presente Contrato, con sujeción a lo establecido en las siguientes